

KAMPANYE IMUNISASI RUBELLA DAN PUBLIC AWARENESS

(Survei pada Ibu-Ibu Kelurahan Tamansari, Jakarta Barat)

AMBARWATI SUMA

Abstrak

Rubella merupakan virus yang berbahaya, akan tetapi vaksin rubella belum masuk dalam program imunisasi nasional. Lewat kampanye dari Kementerian Kesehatan Indonesia yang disampaikan melalui televisi mengajak serta mengenalkan masyarakat tentang imunisasi rubella. Populasi pada penelitian ini adalah Ibu-Ibu yang memiliki balita di Kelurahan Tamansari Jakarta Barat dengan total 529 orang. Melalui teknik cluster sampling, sampel yang diambil hanya 84 responden yang disederhanakan menggunakan rumus Slovin. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori persuasi. Dalam penelitian ini Kampanye Imunisasi Rubella menggunakan model komponensial kampanye yang diukur berdasarkan lima (5) dimensi yaitu dimensi sumber kampanye, saluran, pesan, penerima kampanye, efek. Public Awareness juga diukur berdasarkan tiga (3) dimensi yaitu pengetahuan, menyukai, tindakan. Dari hasil regresi sebesar 0,497 yang mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu kali untuk kampanye imunisasi rubella maka kesadaran masyarakat (*public awareness*) meningkat sebesar 0,497. Sebaliknya jika negatif kampanye imunisasi rubella menurun sebesar 0,497. Hasil uji hipotesis t hitung $8,60 > t$ table $1,66$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (besar pengaruh).

Kata Kunci: Kampanye Imunisasi Rubella, Public Awareness, Teori Persuasi, Model Komponensial Kampanye

CAMPAIGN RUBELLA IMMUNIZATION AND PUBLIC AWARENESS

(Survey on mothers Kelurahan Tamansari, West Jakarta)

AMBARWATI SUMA

Abstract

Rubella is a dangerous virus, but the rubella vaccine has not been included in the national immunization program. Through a campaign from Kementrian Kesehatan Indonesia delivered by television invite and introduce community about rubella immunization. The population in this study is mothers of have a little child on Kelurahan Tamansari, West Jakarta with a total of 529 people. Through cluster sampling technique, samples taken only 84 respondents are simplified using the slovin formula. The theory used in this research is the theory of persuasion. in this study the Rubella Immunization Campaign uses a campaign component model measured by five (5) dimention that is sources of campaigns, channels, messages, recipients of campaigns, effects. Public Awareness also measured by three (3) dimentions that is, knowledge, likes, and actions. Form the regresion calculate is 0,497 which means that every one-time addition to the rubella immunization campaign is community awareness increased by 0,497. Conversely, if negative rubella immunization campaign decreases by 0,497. Hypothesis test results t arithmetic $8,60 > r$ table $1,66$ then H_0 is rejected and H_a accepted (big influence).

Keywords: *campaign rubella immunization, pubic awareness, theory of persuasion, campaign component model*